

LA EXTRAÑA COMPETENCIA

Por Miguel Molina Rabasco

No faltan panegiristas de nuestra época ni detractores de la misma; exactamente igual que ha ocurrido siempre. Por ello al hombre prudente, al hombre vulgar, al de intelecto mediano y de medianos conocimientos, le asaltan inquietadora dudas y contradictorias ideas que envuelven y oscurecen su cerebritito como la niebla invernal oscurece y envuelve a un diminuto y roído castillo septentrional.

Es por esto por lo que escribo pidiendo a alguno de esos portentosos economistas de nuestros días, deshaga, al soplo de su genio, esas nieblas que entenebrece nuestra vulgarísima inteligencia, explicando hechos que a nosotros nos anonadan.

Nosotros teníamos nuestra idea --muy humilde, pero, al fin, idea-- sobre la competencia; creíamos, como nos habían enseñado elogiados textos, que era beneficiosa porque hacía reducir los precios y mejorar los artículos. Por ejemplo: Usted poseía una tienda de comestibles o de tejidos. Al lado de la suya, enfrente o un poco más allá, había otra. Usted atendía zalameramente al cliente, le rebajaba algún dinero, le daba productos de estupenda calidad. Pero ~~Usted~~, al cabo de unos días, se enteraba de que el otro comerciante, a ese mismo cliente, dábale más baratos artículos y le regalaba, encima, un cigarro puro. Usted, entonces, llamaba al susodicho comprador, le halagaba, se reía de sus chistes sin gracia, y después de venderle con más facilidades y más económicamente, le ofrecía dos habanos y una copa de vino.

Más, en contra de los textos y de nuestra creencia, esto no ocurre así, por lo menos ahora. No ha muchos días que, para celebrar un acontecimiento, mandó mi madre por cierta cantidad de chorizos (perdón por mencionar en estas consideraciones seudofilosóficas tal vulgaridad). A poco volvió la muchacha diciendo que el dinero no era suficiente. Se le aumentó la cantidad, recomendándole que fuera a otro establecimiento

por si resultaban mas baratos. No tardó mucho en regresar comunicándonos que allí costaban unas pesetas mas de las que llevaba. Entonces fué preciso volver al primitivo lugar en el cual, por no cansar a ustedes con tanto ir y venir, habia subido de precio durante tan pocos minutos. Al final húbimos de conformarnos con unos trocitos de pan coloreados convenientemente, que simulaban a las mil maravillas la aludida "vulgaridad" alimenticia. Creo que el convidado no se fué muy satisfecho.

Un suceso análogo fué el acaecido a un amigo. Los domingos acostumbraba a ir con la novia, invariablemente, a determinado cine. Como elevaron el precio de las localidades, poniendolo fuera de su alcance, hubo de cambiar y encaminarse a otro de barrio. La cosa marchó bien hasta que el empresario de este último, avergonzado de tener los precios mas baratos de toda la ciudad, decidió aumentarlos hasta codearse con las mas elegantes salas. Y automaticamente mi amigo dejó de ir al cine. Inventó sus buenas razones para convencer a la novia de que las imágenes fotográficas proyectadas sobre la pantalla eran perjudiciales para el nervio óptico y que, para el caso, era lo mismo ver las carteleras colgadas en las esquinas. Ella no dijo nada, pero poco después comenzó a salir con cierto tendero que la llevaba a los estrenos y la convidaba a pasteles.

No creemos necesario añadir a lo expuesto nuevos ejemplos para demostrar esta extraña competencia entablada de "a ver quien eleva mas el valor de las cosas." A nuestro corto ingenio no se le ocurren razones que la justifique. Por eso hacemos esta llamada a esos grandes especuladores, directores de empresas, monopolios o consorcios, para que nos expliquen este "porqué" y algunos otros mas que algún día diremos; pues ya que nuestros ojos no se han de recrear viendo a Marilyn Monroe, o nuestros jugos gástricos han de sudar deshaciendo inverosímiles sucedáneos, cuando no holgar, justo es que sepan que su sacrificio, como exótica flor, ha fructificado un hermoso "Haiga" para un pobrecito bolsista o un bonito y elegante yate, para recreo y solaz de cualquier panzudo banquero.

M. S. L.